



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**Evaluación de la Cultura Tributaria en los comerciantes del Mercado municipal de  
Huancabamba – Piura, 2018**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**Contador Público**

**AUTOR:**

**TORRES BOBADILLA, Piert Alonso (ORCID-0000-0001-8584-9350)**

**ASESOR:**

**Mg. ZUAZO OLAYA, Norka Tatiana (ORCID-0000-0002-2416-5809)**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**Tributación**

**PIURA – PERÚ**

**2019**

### **Dedicatoria**

La presente tesis está dedicada con mucho amor y cariño a Dios y a la Virgen María, ya que gracias a ellos he logrado concluir mi carrera de Contabilidad.

A mis amados padres Guillermo y Viancy, porque siempre estuvieron presentes en todo momento brindándome su apoyo incondicional con sus sabios consejos, para hacer de mí una mejor persona.

A mis queridos hermanos Guillermo y Gianella, por su compañía y palabras de aliento durante toda mi vida universitaria, a mis adorados sobrinos Sebastián y Valentina por su amor y ternura que me brindaron siempre, y ser también mi motivación e inspiración en todo momento.


A mi profesora Norka y mis amigas, por compartir sus conocimientos, alegrías y tristezas durante estos años, contribuyendo para que este sueño se haga realidad.

### **Agradecimiento**

Agradezco a la Universidad César Vallejo, donde me he formado profesionalmente y eh recibido todo tipo de apoyo.

Particularmente agradezco a la Mg. Norka Zuazo Olaya, mi maestra por su paciencia y enseñanzas.

Al doctor Román Vilchez Inga, por asesorarme en el desarrollo de esta investigación.

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS</b>	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

El jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don(a) Pieri Alonso Torres Bobadilla, cuyo título es “Evaluación de la Cultura Tributaria en los comerciantes del Mercado Municipal de Huancabamba – Piura, 2018”.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de:  
Dieciséis (16)

Piura, 16 de Abril del 2019.

  
 Presidente

  
 Secretario

  
 Vocal

						
Elabora	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Proyecto Aprobado	Vicerrectorado de Investigación	



## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

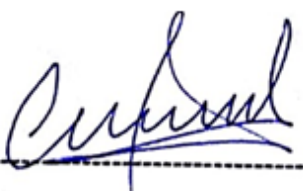
Yo Piert Alonso Torres Bobadilla; estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad César Vallejo de Piura, identificado con N° de DNI 72494500, con la tesis titulada: Evaluación de la Cultura Tributaria de los comerciantes del Mercado municipal de Huancabamba – Piura, 2018.

Declaro bajo juramento que:

- 1) La Tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Piura, 16 de Abril del 2019.



\_\_\_\_\_

Torres Bobadilla, Piert Alonso

DNI: 72494500

## INDICE

<b>Dedicatoria</b> .....	2
<b>Agradecimiento</b> .....	3
<b>Acta de aprobación de tesis</b> .....	4
<b>Declaratoria de Autenticidad</b> .....	5
<b>RESUMEN</b> .....	8
<b>ABSTRAC</b> .....	9
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	10
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA .....	10
1.2. TRABAJOS PREVIOS .....	12
1.2.1. Antecedentes internacionales .....	12
1.2.2. Antecedentes nacionales .....	13
1.2.3. Antecedentes locales .....	14
1.3. TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA .....	15
1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	22
1.4.1. Problema General .....	22
1.4.2. Problemas Específicos .....	22
1.5. JUSTIFICACIÓN .....	22
1.6. OBJETIVOS .....	23
1.6.1. Objetivo General .....	23
1.6.2. Objetivos Específicos .....	23
<b>II. MÉTODO</b> .....	23
2.1. Diseño de investigación .....	23
2.2. Variables de operacionalización .....	24
2.2.1. Variable .....	24
2.2.2. Operacionalización de variables .....	24
2.3. Población y muestra .....	26
2.3.1. Población .....	26
2.3.2. Muestra .....	26
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	27
2.4.1. Técnica .....	27
2.4.2. Instrumento .....	27
2.5. Validez y confiabilidad del instrumento .....	27
2.5.1. Validez .....	27
2.5.2. Confiabilidad .....	27

2.6. Aspectos éticos.....	28
<b>III. RESULTADOS .....</b>	<b>29</b>
<b>IV. DISCUSIÓN.....</b>	<b>33</b>
<b>V. CONCLUSIONES:.....</b>	<b>37</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>39</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>43</b>
<b>ACTAS .....</b>	<b>58</b>

## **RESUMEN**

El objetivo principal de la presente investigación es evaluar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba – 2018

El estudio sigue una tendencia cuantitativa, el tipo de estudio fue no experimental, ya que observa fenómenos, como también su desenvolvimiento; en cuanto a su tipología es de forma descriptiva; es de tipo transversal, debido a que se recogieron los datos en un solo momento y un tiempo único, la población estuvo conformada por 295 comerciantes, pertenecientes al mercado municipal de Huancabamba, obteniendo una muestra de 167 comerciantes; para la recolección de la información se utilizó la técnica de la encuesta, elaborado por el investigador mediante un cuestionario.

Los datos fueron procesados, analizados utilizando la estadística descriptiva: Tablas de distribución de frecuencias, para el análisis se utilizó el Programa estadístico SPSS versión 19 y EXCEL 2013. El estudio concluye: Que el nivel de cultura tributaria de las comerciantes del mercado municipal de Huancabamba en el año 2018, es de nivel medio, la cual fue medida a través de las tres dimensiones educación tributaria, importancia de los tributos y conciencia tributaria.

Palabras claves: cultura tributaria, educación tributaria, importancia de los tributos y conciencia tributaria.



## **ABSTRAC**

The main objective of this research is to evaluate the level of tax culture in merchants of the municipal market of Huancabamba - 2018

The study follows a quantitative trend, the type of study was not experimental, since it observes phenomena as well as the development of these; as for its typology, it is descriptive; it is of transversal type, because the data were collected in a single moment and a single time, the population consisted of 295 merchants, belonging to the municipal market of Huancabamba, obtaining a sample of 167 merchants; For the collection of information, the survey technique was used, prepared by the researcher through a questionnaire.

The data were processed, analyzed using descriptive statistics: Frequency distribution tables, for the analysis we used the statistical program SPSS version 19 and EXCEL 2013. The study concludes: That the level of tax culture of the merchants of the municipal market of Huancabamba in the year 2018, it is of medium level, which was measured through the three dimensions of tax education, importance of taxes and tax awareness.

**Keywords:** tax culture, tax education, importance of taxes and tax awareness.

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA**

Armas, M. y Colmenares M. (2009), define a la Cultura Tributaria como el cumplimiento voluntario de las obligaciones y deberes tributarios que realiza un contribuyente; sin implementar estrategias que ayuden a aumentar la recaudación de impuestos bajo presión, por miedo a sancionarlos.

Se pretende que con la Cultura Tributaria, los contribuyentes de una sociedad tomen conciencia con el pago de tributos de un país; para que estos sean administrados correctamente por las entidades encargadas, para garantizar a la población servicios públicos eficientes y de calidad.

De igual manera se observa en Colombia, según Camacho y Patarroyo (2017) señalan que en Colombia uno de los problemas perennes en la sociedad es la falta de compromiso por parte de sus contribuyentes, al momento de hacer frente a las obligaciones y deberes tributarios. A esto se le suma la falta de ética y profesionalismo de parte de los contadores, debido a que estos presentan información incompleta y errada al momento de realizar sus declaraciones. Pues la sociedad colombiana cree que el mejor asesor tributario es aquel que logra evadir tributos.

Sin embargo, la realidad actual del Perú nos muestra que uno de los problemas sociales más latentes es la carencia de cultura tributaria, generando en la mayoría de veces un “Déficit Fiscal” en el estado peruano, alterando negativamente la economía y el desarrollo empresarial; el Perú es uno de los países en el mundo que muestra alarmantes cifras de informalidad; siendo este uno de los motivos que ha impedido el crecimiento de la economía peruana en los últimos años.

En el mismo sentido Huere y Muña (2016) expresan que la carencia de cultura tributaria en las Mypes de todos los mercados de la región Huancayo, es a causa de las personas que evitan pagar los tributos, lo hacen porque no se les informa en que irán a ser utilizados dichos pagos; es por ello que prefieren estar en condición de contribuyentes informales.

Según datos estadísticos del INEI, 2015; Piura es considerada la sexta economía a nivel de todo el Perú, aportando un PBI per-cápita de US\$ 4038, ubicándola como la tercera región más poblada del Perú; frente a ello existe el potencial de incrementar dichas cifras al pasar el tiempo. Huancabamba es una de las 8 provincias del departamento de Piura, donde en los últimos años se ha podido presenciar un importante crecimiento comercial; que han sido originados por la población nata de la ciudad y/o ciudadanos residentes de otros lugares.

Huancabamba en los últimos años ha presentado un progreso crecientemente fructífero, esto fue reflejado gracias al incremento empresarial en dicha zona, no obstante a esto existen decadencias en varios aspectos, tales como la responsabilidad empresarial, la “centralización” de las entidades reguladoras y administrativas, la falta de conocimiento tributario en los comerciantes, entre otros; que impiden que funcione una adecuada recaudación tributaria.

En tal sentido, surge la siguiente pregunta: ¿Cuál es el grado de cultura tributaria que existe en los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba – 2018?

Es por ello, que en el presente estudio analizaré la influencia de la Cultura Tributaria en la Gestión de los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba en el año 2018, estudiando los factores que conforman dichas variables, y así mismo demostrar su respectiva importancia.

## **1.2. TRABAJOS PREVIOS**

### **1.2.1. Antecedentes internacionales**

Camacho y Patarroyo (2017), cuyo trabajo de investigación: “Cultura tributaria en Colombia”, Universidad Minuto de Dios. Bogotá – Colombia. Tuvieron como objetivo principal examinar la cultura tributaria de los contribuyentes en Colombia, dicho estudio se basa en el análisis de las consecuencias y factores que los conllevan a dicho comportamiento.

Este estudio tuvo metodología exploratoria – no experimental, de tipología cualitativa y se pudo concluir que uno de los componentes determinantes de la cultura tributaria, es la educación y valores que se adquieren durante el crecimiento de las personas.

Ávila, J. (2013), en su tesis titulada “Análisis del sistema de control de tributos (ISRL) del comercio a través del internet”. Universidad de Carabobo. Bárbula – Venezuela. Se presenta como objetivo general, analizar los controles establecidos por el Servicio Nacional Integrado de Administración Tributaria (SENIAT), para el cumplimiento de los impuestos sobre la renta (ISLR) del comercio que se desarrolla por medio del internet. De metodología descriptiva, con diseño no experimental. La población y muestra estaba conformada por el gerente general, jefe de impuestos y ocho fiscalizadores de la oficina central del Seniat – Cojedes. También se utilizó el cuestionario como instrumento, y como técnica, la encuesta.

Así se concluyó que en la ciudad de Cojedes, existe un gran volumen de personas que operan comercialmente a través del internet; y que estos a la vez no tienen un control continuo por parte del SENIAT, por la que no se les fiscaliza. Entre sus recomendaciones, surgió implementar sistemas de tributación en el cibercomercio de dicha zona.

Arias, M. y Torres, A (2015), en su estudio de investigación “Análisis del comportamiento tributario de los contribuyentes del mercado de artículos varios ubicado en la parroquia Bolívar de la ciudad de Guayaquil en el periodo 2013 -2014”, Universidad Politécnica Salesiana, Guayaquil –

Ecuador. Tuvo como objetivo principal analizar el comportamiento tributario de los comerciantes pertenecientes al mercado de artículos varios de la parroquia Bolívar – Guayaquil, a través de la aplicación de técnicas cuantitativas y cualitativas, con la finalidad de establecer el grado de cultura tributaria que tienen los contribuyentes de dicho mercado. El estudio en mención es de tipo descriptivo, con metodología cuantitativo y cualitativo. Se utilizó instrumentos como encuestas que contenían un cuestionario. La población fue de 700 comerciantes y obtuvo una muestra de 250 de los mismos.

En tal investigación se concluye, que la mayor parte de los negociantes que trabajan en dicho mercado, carecen de orientación sobre las bases legales para aperturar un negocio, como también, sobre sus responsabilidades tributarias, esto es debido a que la mayoría no cuenta con estudios completos.

### **1.2.2. Antecedentes nacionales**

Huere, Muña (2016), en su trabajo titulado: “Cultura tributaria para la formalización de las Mypes de los mercados de la provincia de Huancayo”. Universidad Nacional del Centro del Perú. Huancayo – Perú. Presenta como objetivo principal, establecer la influencia que existe entre la cultura tributaria en la formalización de las Mypes en el mercado de la provincia de Huancayo. De tipo descriptivo correlacional. El presente estudio conto con una población de 2835 Mypes de los mercados en Huancayo, de las cuales 132 Mypes conformaron dicha muestra. Finalmente se concluye, que hay un bajo porcentaje de educación tributaria de parte de los contribuyentes, lo cual repercute en la formalización de las Mypes.

Burga, M. (2015), en su trabajo de investigación denominado: “Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio Gamarra, 2014”. Universidad San Martín de Porres. Lima – Perú. Cuyo objetivo es comprometer a las empresas de Gamarra, a ser partícipes de charlas sobre temas de cultura tributaria, como que destino tendrán dichos aportes, o en que serán utilizados, su importancia, sus sanciones, entre otros;

de tal manera que se conoce más sobre estos. El presente trabajo es de tipo descriptivo, no experimental. Su población estaba conformada por 78 personas entre ellos profesionales, trabajadores y ejecutivos en general; de las cuales 40 personas fue el tamaño de la muestra. Se utilizó instrumentos como encuestas que contenían un cuestionario basado en las dimensiones de la variable cultura tributaria.

Finalmente el presente trabajo de investigación concluye, que uno de los obstáculos que permiten cumplir con las obligaciones y deberes tributarios en las empresas comerciales, es la necesidad de conciencia tributaria con la que posee nuestro país.

### **1.2.3. Antecedentes locales**

Eca, J. (2017), en su tesis titulada “El Comportamiento Tributario de las micro empresas de venta de calzado del mercado modelo de la ciudad de Talara – 2017”. Universidad César Vallejo. Piura – Perú. Plantea como objetivo principal, evaluar el comportamiento tributario de las microempresas de calzado en el Mercado Modelo de Talara en el año 2017. Dicha investigación tiene enfoque cuantitativo, de tipología no experimental, cuyo diseño es descriptivo de tipo transversal. Su población estaba conformada por 100 microempresas, de las cuales solo 20 forman parte de la muestra. Se utilizó instrumentos como encuestas que contenían un cuestionario basado en las dimensiones del comportamiento tributario.

Finalmente dicho estudio concluye, que las microempresas de calzado del mercado Modelo de la provincia de Talara durante el año 2017, presento un bajo nivel de comportamiento tributario.

Yanac, S. (2016). En su trabajo de investigación titulado “Incremento de la población empresarial en el cercado de la ciudad de Huancabamba. Análisis de la cultura tributaria. Piura – Perú”. Cuyo objetivo general, fue identificar los elementos que permitan estudiar la cultura tributaria, debido al acrecentamiento empresarial y poblacional en la ciudad de Huancabamba. Tal investigación tuvo una tipología descriptiva – no experimental. Contó con

una población conocida como finita, conformada por 58 comerciantes, donde se adquirió una muestra de 50 contribuyentes del cercado de Huancabamba. El instrumento que se empleó fue la encuesta indirecta, mediante un cuestionario escrito.

Finalmente, el presente estudio de investigación concluyo que los principales factores que impiden lograr una apropiada cultura tributaria en dicha zona, es la falta de presencia de los organismos recaudadores de tributos, como también la falta de capacitación sobre temas tributarios por parte de la SUNAT, a lo que se le suma el desinterés que los mismos presentan.

### **1.3. TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA**

#### **Comerciante**

Un comerciante es aquella persona natural o jurídica, dedicada a comprar y vender (negociar) diferentes tipos de mercancías; según el art. 02 del Código de Comercio, los comerciantes pueden ser:

**Comerciantes individuales**, que hace referencia a los individuos con personalidad natural, que son titulares de un ente mercantil.

**Comerciantes sociales**, haciendo referencia a las sociedades.

#### **Microempresas**

El artículo 02 de la Ley N° 28015 - “Ley de promoción y formalización de la pequeña y micro empresa”, conceptualiza a las Mype’s como aquellas unidades económicas conformada por un individuo natural o jurídica, que ejerce actividades de extracción, producción, comercialización y transformación de bienes o servicios.

Su trato ante dicha ley es con igualdad para todos los entes, sin importar las características o tamaño. Únicamente varía el trato en el régimen laboral en el que se encuentre.

Para Silupú, B. (2011), la microempresa se define como: Aquellas unidades económicas formadas por personas jurídicas o naturales, que desarrollan una actividad legal, cumpliendo obligaciones legales y fiscales, es decir, están inscritas en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), donde tienen que acogerse a cualquier modalidad de pago de tributos, que se generan por ingresos obtenidos por rentas de tercera categoría.

### **Obligación tributaria**

Según la Base legal del artículo 1° de TUO del Código Tributario - Decreto Supremo N°133-2013-Ef. Hace referencia, que la obligación tributaria es el vínculo que existe entre el acreedor y el deudor tributario, que ha sido determinado por ley; cuyo objetivo principal es el cumplir con la prestación tributaria, de parte del deudor tributario a favor del acreedor tributario, siendo exigiblemente obligatorio.

El artículo 4° del TUO del Código Tributario; define al **acreedor tributario** como, el individuo a quien se le debe realizar a favor la prestación tributaria; estos son representados por el gobierno central y los gobiernos regionales y locales, así como también los entes de derecho público que se les haya asignado, y que estén respaldadas por ley.

El artículo 7° del TUO del Código Tributario, conceptualiza al **deudor tributario**, como aquella persona que está obligada a cumplir con la prestación tributaria. Estos son los contribuyentes o responsables.

Según el artículo 8° TUO del Código Tributario, el **Contribuyente**, es un deudor que realiza el hecho imponible. Es decir genera el hecho de la obligación tributaria y tiene cuenta propia.

Finalmente el artículo 9° del TUO del Código Tributario, indica que el **Responsable**, es aquella persona que sin efectuar el hecho imponible, tiene la obligación de cumplir con la obligación tributaria (deudor por cuenta ajena).



### **Cultura tributaria**

SUNAT (2012), expresa que la cultura tributaria representa los valores que conducen a la conducta adecuada y responsable que un contribuyente debe portar, para con sus obligaciones y deberes tributarios; a lo que se le suman actitudes y conocimientos sobre normativas tributarias y el acatamiento de estas.

Banfi, D. (2013), conceptualiza la cultura tributaria como aquel acumulado de conocimientos, actitudes y valores que reciben los que conforman una determinada sociedad en cuanto a temas tributarios; y que están amparadas por leyes que presiden el comportamiento de las personas, con la finalidad de que se cumpla con las obligaciones tributarias.

Por otra parte la revista Redhecs (2009) de Venezuela, plantea que la cultura tributaria no debe verse como el comportamiento que debe adoptar un buen contribuyente frente a sus obligaciones y deberes tributarios que deben cumplir; sino, que debe verse como la imagen que realiza el desempeño del estado sobre los Impuestos.

### **Educación tributaria**

Según Mavares, K. (2010), la educación tributaria es un proceso donde se transmiten valores, que están orientados a cumplir responsablemente con los deberes tributarios, con la intención de aportar en los gastos públicos de una sociedad. Su principal objetivo es fomentar valores y actitudes q contribuyan con la responsabilidad fiscal, y por ende erradicar las conductas defraudadoras como la evasión tributaria.

Chirinos, L. (2014) define que la educación tributaria es un proceso de socialización, que se transfiere de generación en generación pautas culturales; donde las personas van adquiriendo normas, actitudes, valores y conceptos propias del lugar en el que está inmerso, con el propósito de formar

parte de su propia personalidad, en este caso se transmiten conocimientos y actitudes de responsabilidad fiscal.

### **Importancia de los tributos**

Hay muchas razones por las que debemos tributar, la principal razón es que de la recaudación tributaria se obtienen los recursos para solventar los servicios públicos, lo que genera un bien común.

Para Eca, J. (2017), tributar es importante, porque los recursos (impuestos) que han sido recaudados, serán los recursos administrados por el gobierno de un país para ejecutar diversos proyectos que resulten en beneficio de toda su sociedad; sin embargo, hay malos comerciantes que optan por no cumplir con el pago de tributos, y uno de los motivos es porque carecen de conocimientos tributarios.

### **Conciencia tributaria**

Desde el punto de vista de Alva, M. (2010), la conciencia tributaria es la interiorización que existe en las personas, con respecto a los deberes y obligaciones tributarias y que están respaldadas por leyes vigentes, con el propósito de cumplirlas de forma voluntaria, siendo conscientes de que si las cumplimos responsablemente, nos conllevará a un bien común para toda las personas están inmersos en determinado lugar.

Para ello, Alva propone 03 elementos que conllevaran a formar una adecuada conciencia tributaria en una población. Estos son los siguientes:

**Educación cívica;** generada mayormente en las escuelas, donde se plantea incluir en la formación académica de una sociedad, temas sobre el pago de tributos.

**Creación de reglamentos sencillos de comprender;** el presente mecanismo plantea crear reglas con interpretación menos confusa, y más esquemáticas. Al hablar de su “sencillez”, debe entenderse también en su aplicación.

Y por último, el **uso de sanciones** sería otro mecanismo planteados por Alva, obligando de esta manera a los comerciantes a cumplir de forma responsable con los deberes y obligaciones tributarias.

El diario La Patria (2013), señala, que para lograr concientizar a las personas tributariamente, se le debe demostrar que los aportes que pagan son justos; que sus aportes van a ser correctamente administrados y que deben retornar en bienes comunes para la sociedad; también las entidades recaudadoras deben mostrar su imparcialidad con todos los contribuyentes a la hora de recaudar los tributos, donde no hayan contribuyentes que tributen menos, cuando estos manejan mayores capitales.

Del mismo modo, una serie de estudios concluyeron que los comerciantes no se oponen a pagar sus impuestos, sino que optan por no hacerlo por el celo que sienten al presenciar inequidad tributaria y de sanciones que otros contribuyentes presentan.

### **Sistema tributario nacional**

La escuela de gobierno y gestión pública (2015), señala que el sistema tributario, es el conjunto de principios, normas y entidades; que están encargadas de sistematizar y regularizar la aplicación de tributos en un país.

En el mismo sentido, Logam, R. (2012) expresa que el sistema tributario, es un conjunto ordenado, coherente y racional de principios, normativas y/o instituciones que tienen como finalidad regular la relación que se produce por la aplicación de tributos. Esta diseñada por el Ministerio de Economía y Finanzas, y están implementadas por normas tributarias constituidas por el Código Tributario.

Finalmente Logam, manifiesta que la Administración Tributaria en el Perú está representada por dos entes en el Gobierno central, estas son: La “Superintendencia Nacional de Administración de Aduanas” más conocida como la SUNAD, y la “Superintendencia Nacional de Administración Tributaria” (SUNAT)”.

### **Cumplimiento tributario**

Según Eca, J. (2017), es aquel cumplimiento voluntario de parte del contribuyente para con sus obligaciones tributarias; dicho elemento es de mucha importancia, ya que es primordial para lograr una adecuada recaudación de impuestos. La Conciencia Tributaria es el factor que determina este elemento.

Los elementos que determinan el comportamiento tributario son: sociales, económicos y psicológicos. En los elementos sociales, se refiere al nivel de aceptación en cuanto a los servicios que ofrece el sistema tributario (si logran satisfacer las necesidades de la sociedad); en cuanto a los elementos psicológicos, básicamente se refiere a que el contribuyente sienta que el trato que recibe por parte de los órganos recaudadores y las normas tributarias, es justo; finalmente los elementos económicos juegan un papel significativo, ya que se verá afectada su economía del contribuyente al no tributar, por temas de sanciones a los que tendrá que someterse.

### **Nacimiento de la obligación tributaria**

Arce, L. (2010) indica que la obligación tributaria se origina desde la fecha en que se entrega un bien o servicio y/o se emite el comprobante de pago. Lo que acontezca primero.

Del mismo modo, el artículo 2° del TUO, indica que la obligación tributaria surge cuando hay un hecho provisto determinado por la ley, donde señala como generador de tal obligación”.

### **Extinción de la obligación tributaria**

Según el artículo 27° del TUO. señala que la obligación tributaria se extingue en los siguientes supuestos: pago, condonación, compensación, afianzamiento, resoluciones de administración tributaria referente a recuperación onerosa o deudas de cobranza dudosa, y otros que están establecidas por leyes especiales”.

### **Evasión tributaria**

Minaya, Y. (2015), establece que la evasión tributaria, es la reducción o eliminación de un monto tributario que un contribuyente está obligado a pagarlo, lográndolo mediante actos fraudulentos, violando algunas disposiciones legales instauradas dentro de un país. La evasión tributaria también distorsiona la equidad de los impuestos dentro de un país.

En el mismo sentido, Vázquez, O. (2009) señala que es el impago voluntario de tributos que un contribuyente debe realizar, ya que esta establecido por leyes; la práctica de evasión tributaria, actualmente está catalogada como una acción ilegal, por ende, es un delito.

Finalmente Merchán, M. & Velásquez, N. (2015), expresa, que evadir tributos en un país, implicaría reducir las posibilidades reales para atender sus necesidades sociales, impidiendo su desarrollo; por otro parte, obliga al gobierno a realizar gastos de fiscalización.

### **Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS)**

SUNAT (2017) el presente régimen se diseñó exclusivamente a favor de los pequeños comerciantes y productores, donde se genera un único pago por periodo mensual, la que se establece de acuerdo al volumen de compras y ventas. Sus características son:

- ✓ No están autorizadas para emitir facturas, solo podrán emitir tickets de máquinas registradoras y boletas de ventas.
- ✓ Sus ventas y/o compras no deben de exceder los S/ 96,000 por año (S/ 8,000 mensuales).
- ✓ Sus activos fijos no deben de exceder de S/ 70,000.
- ✓ En reemplazo del Impuesto General a las Ventas e Impuesto a la Renta se hace un pago único mensual.
- ✓ No presentan un límite de trabajadores por turno de trabajo.

- ✓ Existen dos categorías de pago en el presente régimen; la primera, que cuenta con un límite de ingresos hasta s/.5 000, donde se paga s/20, y el segundo con un límite de ingresos de s/.8 000, donde su cuota a pagar es de s/50.

## **1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.4.1. Problema General**

¿Cuál es el grado de cultura tributaria que existe en los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba – Piura, 2018?

### **1.4.2. Problemas Específicos**

¿Cuál es el nivel de educación tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba - 2018?

¿Cuál es el grado de importancia que les dan a los tributos, los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba - 2018?

¿Cuál es el nivel de conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba - 2018?

## **1.5. JUSTIFICACIÓN**

Evaluar la cultura tributaria en un determinado espacio o grupo social, es de mucha importancia, ya que dicho estudio permitirá conocer el grado de conciencia tributaria de las personas contribuyentes pertenecientes al lugar de estudio; para así poder tomar decisiones al respecto y buscarle una posible solución, si es que fuera el caso.

Ante tal situación, el presente estudio de investigación está enfocada en la evaluación y análisis del nivel de cultura tributaria que presentan los contribuyentes del mercado municipal de Huncabamba en el año 2018; con el

fin de concientizarlos con respecto al pago de tributos que debe asumir de acuerdo a sus ventas realizadas; formar una cultura tributaria adecuada en dicha zona.

## **1.6. OBJETIVOS**

### **1.6.1. Objetivo General**

Evaluar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba – 2018.

### **1.6.2. Objetivos Específicos**

- ✓ Evaluar el nivel de educación tributaria en los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba – 2018.
- ✓ Identificar el grado de importancia que se les da a los tributos, por parte de los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba – 2018.
- ✓ Describir el nivel de conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba – 2018.

## **II. MÉTODO**

### **2.1. Diseño de investigación**

El presente estudio de investigación cuenta con enfoque cuantitativo, ya que utilizará la recolección de datos numéricos y análisis estadísticos, que permitirán conocer la realidad y probar teorías (Monje, 2011).

En cuanto a la tipología es de forma descriptiva, porque describe una situación problemática en un determinado tiempo analizando y explicando dicha situación; también indaga los valores y la incidencia en la que se

manifiesta la(s) variable(s) dentro del enfoque Cuantitativo; en el presente caso se evaluará la cultura tributaria en los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba – Piura, en el año 2018. (Hernández, Fernández y Baptista 2010).

En cuanto al diseño, será No Experimental debido a que observan fenómenos, como también su desenvolvimiento en su contexto natural, para así poder recoger datos en un determinado tiempo, para luego estudiarlos más a fondo. (Hernández, Fernández y Baptista 2010).

## **2.2. Variables de operacionalización**

### **2.2.1. Variable**

Cultura tributaria.

#### **2.2.1.1. Dimensiones**

- Educación tributaria.
- Importancia de los tributos.
- Conciencia tributaria.

### **2.2.2. Operacionalización de variables**



VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>Cultura Tributaria</b>	<p>SUNAT (2012), expresa que la cultura tributaria es la agrupación de valores cívicos, que un contribuyente adopta en su conducta con respecto a asuntos tributarios; a lo que se añade actitudes y conocimientos referentes a normas tributarias y la aplicación de estas.</p> <p>Según Banfi, D. (2013), señala que la cultura tributaria son los conocimientos, valores y actitudes que han sido impartidos en una sociedad con relación a asuntos tributarios, y que están amparadas por la ley, rigiendo la conducta de los individuos de un determinado lugar, para que puedan hacer frente a las obligaciones y deberes tributarios.</p>	<p>Son las actitudes que presentan los comerciantes que forman parte del mercado central de Huancabamba, en relación con los tributos; los cuales serán medidos a través de una encuesta, para luego analizarlos.</p>	<b>Educación tributaria</b>	<p>Mavares, K. (2010), indica que la educación tributaria es el proceso que transmite valores orientados a que se cumpla los deberes y obligaciones tributarias, con el fin de aportar en los gastos públicos. Su principal objetivo se basa en transmitir valores y actitudes a favor de la responsabilidad fiscal, erradicando las conductas defraudadoras (evasión tributaria).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Cumplimiento de obligaciones tributarias.</b></li> <li>✓ <b>Actitudes y comportamientos tributarios.</b></li> <li>✓ <b>Evasión tributaria.</b></li> </ul>	<b>Nominal</b>
			<b>Importancia de los tributos</b>	<p>Según Eca, J. (2017), es muy importante tributar, ya que los recursos recaudados por concepto de impuestos, serán utilizados por el estado para ejecutar diversos proyectos que resulten un beneficio para toda una sociedad; sin embargo, existen comerciantes que no asumen sus deberes y obligaciones tributarias, debido a que carecen de conocimientos tributarios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Recaudación.</b></li> <li>✓ <b>Conocimientos tributarios.</b></li> <li>✓ <b>Destino de Fondos.</b></li> </ul>	
			<b>Conciencia tributaria</b>	<p>Según Alva, M. (2010), indica que la conciencia tributaria es el proceso de interiorización de las personas con respecto a los deberes y obligaciones tributarias, establecidas por ley, con el propósito de cumplirlos. Teniendo conocimiento, que su cumplimiento conllevará a un bien común.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Deberes tributarios.</b></li> <li>✓ <b>Leyes o normativa tributaria.</b></li> <li>✓ <b>Cumplimiento voluntario.</b></li> <li>✓ <b>Beneficio común.</b></li> </ul>	

## 2.3. Población y muestra

### 2.3.1. Población

Buscar la población es un componente fundamental en un trabajo de investigación, por eso Chávez (1994), citado de Dugarte (2012), expresa que: la población es el universo de una investigación, donde se pretende extraer resultados. Está conformada por extractos o características que los diferencia de otros sujetos.

### 2.3.2. Muestra

Luis, P (2004) define a “muestra” como aquella parte o subconjunto de la población o universo donde se llevará a cabo una investigación. La muestra representa una parte de la población.

En el presente trabajo de investigación, la población está conformada por 295 contribuyentes del Mercado Municipal de Huancabamba, dicha población es conocida como (finita); y la muestra con la que se trabajó está comprendida por los 167 contribuyentes.

$$n = \frac{(N * Z^2) * (p * q)}{d^2 * (N - 1) + (Z)^2 * (p * q)}$$

$$n = \frac{295 * (1.96^2) * (0.5 * 0.5)}{0.05^2 * (295 - 1) + (1.96)^2 * (0.5 * 0.5)}$$

$$n = 167.1098$$

$$n = 167$$

Donde:

- $N = 295$
- $Z = 95\% = 1.96$
- $E = 0.05$
- $\pi = 0.5$

## **2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **2.4.1. Técnica**

- **Encuesta**

Para Naresh K. (2014), las encuestas son entrevistas que se le realizan a un determinado grupo de personas, en la que se utiliza un cuestionario prediseñado, que está exclusivamente diseñado para conseguir información específica.

### **2.4.2. Instrumento**

- **Cuestionario**

Un cuestionario, hace referencia a un conjunto de preguntas prediseñadas, que se elaboran para conseguir información específica. (Pérez J. y Gardey A., 2012)

La técnica escogida en la presente tesis, fue la Encuesta, que se aplicó con el fin de medir la cultura tributaria; y el instrumento elaborado fue un cuestionario, la cual está conformada por 17 preguntas. Así mismo, cuenta con alternativas de “SI” y “NO”.

## **2.5. Validez y confiabilidad del instrumento**

### **2.5.1. Validez**

El presente cuestionario se sometió a la validación de 03 profesionales expertos en dicho tema de investigación, con la finalidad de obtener su respaldo y a someterse a mejoras si es necesario antes de ser aplicadas.

### **2.5.2. Confiabilidad**

Fue necesario aplicar una prueba piloto a los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba, con el objetivo de conocer la confiabilidad de dicho cuestionario.

#### Estadísticas de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,737	17

### 2.6. Aspectos éticos

En el presente proyecto de investigación, se usaron los siguientes aspectos éticos:

- **Conocimiento informado:** Se cumplió este principio, mediante la información que se le otorgó a los contribuyentes del mercado municipal de Hancabamba.
- **Honestidad:** Se informó a los contribuyentes que conforman dicho mercado, los fines del presente estudio, cuyos resultados están presentes en ello.
- **Privacidad:** Toda la información obtenida se conservó en reserva y se evitó ser exhibida, respetando la intimidad de los de los contribuyentes del mercado municipal de Huancabamba.
- **Anonimato:** Se dio a conocer a los contribuyentes, que la información del cuestionario aplicado es de forma anónima, y que dicha información se utilizará para fines de la presente investigación.
- **Justicia:** Se les dio el trato justo antes, durante y después de la participación a todos los contribuyentes.

### III. RESULTADOS

**OBJETIVO 01:** “Evaluar el nivel de educación tributaria en los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba – 2018”

**Dimensión:** Educación Tributaria.

Tabla N° 01.

Nivel de Educación Tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba – Piura, 2018.

ITEMS	NO		SI		Total	
	Recuento	% del N de fila	Recuento	% del N de fila	Recuento	% del N de fila
1. ¿Conoce sus obligaciones tributarias?	23	13,8%	144	86,2%	167	100,0%
2. ¿Tiene conocimiento sobre las sanciones que le aplicarían en caso de no presentar sus declaraciones juradas?	63	37,7%	104	62,3%	167	100,0%
3. ¿Conoce que tributos le corresponde pagar?	25	15,0%	142	85,0%	167	100,0%
4. ¿Ha recibido charlas de Sunat sobre temas de actitudes tributarias?	132	79,0%	35	21,0%	167	100,0%
5. ¿Estaría de acuerdo, con que la SUNAT utilice medios de comunicación para mantenerlo informado sobre asuntos tributarios?	25	15,0%	142	85,0%	167	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba.

Interpretación:

Respecto a la tabla número uno de los 167 comerciantes encuestados; el 86.2% aseguran conocer sus obligaciones tributarias, por otro lado el 62.3% conoce las sanciones que se le impondrían en caso no presentará sus declaraciones juradas, también el 85% de los comerciantes encuestados afirman que conocen los tributos que les corresponde pagar y que también estarían de acuerdo en que la Sunat utilice medios de comunicación para mantenerlos informados sobre asuntos

tributarios, finalmente el 79% niega haber recibido charlas sobre actitudes tributarias por parte de la Sunat.

**OBJETIVO 02:** “Identificar el grado de importancia que se les da a los tributos, por parte de los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba – 2018”

**Dimensión:** Importancia de los Tributos.

Tabla N° 02.

Grado de Importancia que se le da a los tributos, por parte de los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba – Piura, 2018.

ITEMS	NO		SI		Total	
	Recuento	% del N de fila	Recuento	% del N de fila	Recuento	% del N de fila
1. ¿Considera importante una oficina en Sunat en Huancabamba?	39	23,4%	128	76,6%	167	100,0%
2. ¿Cree que la continua y adecuada capacitación tributaria, mejoraría la cultura tributaria en los contribuyentes de su zona?	39	23,4%	128	76,6%	167	100,0%
3. ¿Considera importante el pago de tributos?	36	21,6%	131	78,4%	167	100,0%
4. ¿Conoce el destino de los tributos recaudados por SUNAT?	77	46,1%	90	53,9%	167	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba

Interpretación:

En la tabla N° 02, se muestra que el 76.6% de los comerciantes encuestados considera que es importante la presencia de una oficina de Sunat en Huancabamba y creen que la continua y adecuada capacitación tributaria mejoraría la cultura tributaria en los comerciantes de dicha zona; por otro lado el 78.4% considera importante el pago de tributos y un 53.9% conoce el destino de los tributos recaudados por Sunat.

**OBJETIVO 03:** “Describir el nivel de conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba – 2018”

**Dimensión:** Conciencia Tributaria.

Tabla N° 03. Nivel de Conciencia Tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba – Piura, 2018.

ITEMS	NO		SI		Total	
	Recuento	% del N de fila	Recuento	% del N de fila	Recuento	% del N de fila
1. ¿Cree que al pagar los tributos, mejoraría la calidad de vida de los pobladores de Huancabamba?	68	40,7%	99	59,3%	167	100,0%
2. ¿Cree que con los aportes recaudados por SUNAT se han mejorado servicios públicos en su localidad?	131	78,4%	36	21,6%	167	100,0%
3. ¿Es normal para usted que los contribuyentes no cumplan con el pago de impuestos?	56	33,5%	111	66,5%	167	100,0%
4. ¿Conoce el cronograma de vencimientos establecidos por SUNAT para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias?	36	21,6%	131	78,4%	167	100,0%
5. ¿Cree que el cambio de las leyes tributarias, perjudica la recaudación tributaria en las microempresas?	56	33,5%	111	66,5%	167	100,0%
6. ¿Cumple con sus obligaciones tributarias de manera voluntaria?	23	13,8%	144	86,2%	167	100,0%
7. ¿Considera que las normas tributarias, deberían ser menos complejas?	32	19,2%	135	80,8%	167	100,0%
8. ¿Considera elevados los tributos que son recaudados por SUNAT?	65	38,9%	102	61,1%	167	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba.

Interpretación:

Respecto a la tabla N° 03, el 53% de los comerciantes encuestados creen que pagar los tributos mejoraría la calidad de vida de los pobladores de Huancabamba; por otro lado el 78.4% afirman que con los aporte recaudados por Sunat, no se han mejorado los servicios públicos en dicha zona y que si conocen el cronograma de vencimientos establecidos por Sunat para el cumplimiento de las obligaciones tributarias; por otro lado el 66.5% de comerciantes encuestados, consideran normal que los contribuyentes no cumplan con el pago de tributos; también el 86.2% preciso que cumplen con sus obligaciones tributarias de forma voluntaria; en el mismo sentido el 80.8% considera que las normas tributarias deberían ser menos complejas; y el 61.1% consideran elevados los tributos recaudados por Sunat.

**OBJETIVO GENERAL:** “Evaluar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba – 2018”

**VARIABLE:** Cultura Tributaria

Tabla N° 04.

Cultura tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba – Piura, 2018.

CULTURA TRIBUTARIA	DEFICIENTE		REGULAR		BUENO		Total	
	Recuento	% del N de fila	Recuento	% del N de fila	Recuento	% del N de fila	Recuento	% del N de fila
<b>Educación Tributaria</b>	11	6,6%	46	27,5%	110	65,9%	167	100,0%
<b>Importancia de los Tributos</b>	53	31,7%	114	68,3%	0	0,0%	167	100,0%
<b>Conciencia Tributaria</b>	12	7,2%	78	46,7%	77	46,1%	167	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba.



Interpretación:

Con respecto a la tabla N° 04, se muestra que el 65.9% de los comerciantes encuestados cuentan con una Educación Tributaria de nivel bueno; el 68.3% dan una regular importancia a los tributos y finalmente el 46.7% cuentan con una regular Conciencia Tributaria.

#### **IV. DISCUSIÓN**

Banfi, D. (2013), define la cultura tributaria, como aquel conjunto de actitudes, conocimientos y valores cívicos que reciben las personas de una sociedad en relación a la tributación, y que están amparadas bajo leyes vigentes que rigen la conducta de las personas, para que estas puedan afrontar responsablemente con sus obligaciones y deberes tributarios. La cultura tributaria se constituye por tres dimensiones, que son: la educación tributaria, la importancia de los tributos y la educación tributaria, la cual se relacionan entre sí. La presente investigación tiene como objetivo general evaluar el grado de cultura tributaria en los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba – 2018

Con respecto al primer objetivo específico sobre *evaluar el nivel de educación tributaria en los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba – 2018*; según los comerciantes encuestados el 86.2% aseguran conocer sus obligaciones tributarias, un 62.3% conoce las sanciones que se le impondrían en caso no presentará sus declaraciones juradas, también el 85% de los comerciantes encuestados afirman que conocen los tributos que les corresponde pagar y que también estarían de acuerdo en que la Sunat utilice medios de comunicación para mantenerlos informados sobre asuntos tributarios, y finalmente el 79% niega haber recibido charlas sobre actitudes tributarias por parte de la Sunat.

Esto implica que la mayoría de comerciantes del mercado municipal de Huancabamba, conocen sus obligaciones tributarias como comerciantes, las cuales están respaldadas por leyes vigentes que presiden el comportamiento adecuado de

los contribuyentes; en el mismo sentido la mayoría de comerciantes, tienen conocimiento sobre las sanciones que estarían afecto en caso no llegarán a presentar sus declaraciones mensuales a tiempo; así mismo la mayoría de estos comerciantes logran reconocer los tributos que le corresponden pagar, de acuerdo al régimen al que se han acogido; también prefieren que la SUNAT utilice medios de comunicación para que los mantengan informados sobre temas tributarios, ya que los medios de comunicación son accesibles para la mayoría de personas; finalmente y en sentido contrario, la mayoría de comerciantes expresan no haber recibido charlas por parte de la SUNAT, siendo una de las causas la falta de presencia de dicho ente recaudador en la ciudad de Huancabamaba.

En base a la teoría de la dimensión educación tributaria, es importante tomar en cuenta el concepto de Mavares (2010), donde señala que la educación tributaria, es la transmisión de valores orientados al cumplimiento de las obligaciones tributarias, fortaleciendo la responsabilidad fiscal y por ende erradicar las conductas defraudadoras. Cabe resaltar que los resultados encontrados no presentan similitud con los de Huere X. y Muña A. (2016) en su trabajo titulado *Cultura tributaria para la formalización de las Mypes de los mercados de la provincia de Huancayo*; el cual concluye, que existe un bajo nivel de educación tributaria por parte de los contribuyentes, la cual repercute en la formalización de las Mypes; a diferencia de la presente investigación donde la educación tributaria es considerada un nivel bueno.

Respecto al segundo objetivo específico: *Identificar el grado de importancia que se les da a los tributos, por parte de los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba – 2018*, los comerciantes de dicho mercado indicaron en su mayoría, con un 76.6% del total de encuestados, que es importante la presencia de una oficina de SUNAT en Huancabamba y creen que la continua y adecuada capacitación tributaria mejoraría la cultura tributaria en los comerciantes de dicha zona. Asimismo, el 78.4% considera importante el pago de tributos y un 53.9% conoce el destino de los tributos recaudados por SUNAT. Esto indica que la mayoría de comerciantes, consideran necesario que se instale una oficina de SUNAT en la ciudad de Huancabamba, con la finalidad de que este los oriente

constantemente sobre temas tributarios que mejoren la cultura tributaria; también consideran importante y fundamental que los contribuyentes paguen responsablemente los tributos, para que estos sean administrados correctamente por el estado y sean retribuidos a la vez, en servicios y obras de bien común; esto implica también, en que la mayoría de comerciantes pertenecientes al mercado municipal de Huancabamba conocen el destino de los aportes recaudados por SUNAT.

En base a lo expuesto por Eca, J. (2017), es muy importante pagar nuestros impuestos, porque dichos aportes recaudados serán administrados por el estado, para así, retribuirlo en proyectos para el beneficio de toda la sociedad.; sin embargo, existen contribuyentes que optan por no pagar sus impuestos, y uno de las motivos es que no cuentan con conocimientos tributarios. Finalmente los resultados obtenidos, son afines con los de Yanac, S (2016), en su investigación denominada: *“Incremento de la población empresarial en el cercado de la ciudad de Huancabamba. Análisis de la cultura tributaria. Piura Perú*, donde una de los obstáculos que impiden la adecuada recaudación de tributos en Huancabamba, es la falta de orientación de temas tributarios por parte de la SUNAT, como también la presencia de los mismos órganos recaudadores en dicha zona.

En cuanto al tercer objetivo específico sobre Describir el nivel de conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba – 2018, según los comerciantes encuestados, se indicó que el 53% creen que pagar los tributos mejoraría la calidad de vida de los pobladores de Huancabamba; por otro lado el 78.4% afirman que con los aporte recaudados por Sunat, no se han mejorado los servicios públicos en dicha zona y que si conocen el cronograma de vencimientos establecidos por Sunat para el cumplimiento de las obligaciones tributarias; por otro lado el 66.5% de comerciantes encuestados, consideran normal que los contribuyentes no cumplan con el pago de tributos; también el 86.2% preciso que cumplen con sus obligaciones tributarias de forma voluntaria; en el mismo sentido el 80.8% considera que las normas tributarias deberían ser menos complejas; y el 61.1% consideran elevados los tributos recaudados por Sunat. Esto nos indica, que la mayoría de comerciantes del mercado municipal de

Huancabamba, no son reacios con respecto al pago de los tributos, a pesar de la complejidad de las normas tributarias establecidas; es más conocen el cronograma de vencimientos de pago de tributos y consideran que el pago responsable de tributos y la buena administración de estos, mejoraría la calidad de vida de los pobladores de Huancabamba; sin embargo, en dicha ciudad no se percibe mejoras en los servicios públicos, a pesar de que los tributos que pagan los comerciantes son elevados.

En base a la teoría de Alva, M. (2010), la conciencia tributaria es aquella interiorización que hay en las personas con respecto a los tributos; que han sido establecidos por el estado, y que están respaldadas por leyes, cuyo objetivo es cumplirlos voluntariamente, sabiendo que su cumplimiento conllevará a un beneficio social para todas las personas donde se encuentran inmersos. Los resultados encontrados no presentan similitud a los de Burga, M. (2015), en su tesis titulada: “*Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio Gamarra, 2014*”, el cual concluye que hay un bajo nivel de conciencia tributaria de los contribuyentes, lo cual afecta en el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de las empresas comerciales; a diferencia de la presente investigación donde el grado de conciencia tributaria es considerada regular.

## **V. CONCLUSIONES:**

Después de haber analizado e interpretado los resultados de la presente investigación, se concluyó lo siguiente:

1. El grado de Cultura Tributaria que poseen los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba es de nivel medio, la cual fue medida en base a sus dimensiones: educación tributaria, importancia de los tributos y conciencia tributaria.
2. El nivel de Educación Tributaria fue buena, donde la mayoría de los contribuyentes encuestados, conocen sus obligaciones y sanciones tributarias a las que están afectos, y también están de acuerdo con que se les brinde información sobre asuntos tributarios.
3. El grado de importancia que se les da a los tributos por parte de los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba, es de nivel medio, que se evidencia en la tabla N° 02, donde señala que el 78.4% de comerciantes encuestados consideran importante el pago de los tributos, para que estos sean correctamente administrados y retribuidos en servicios u obras de bien común.
4. El nivel de Conciencia Tributaria fue medio, donde la mayoría de los comerciantes encuestados cumplen de forma voluntaria con el pago de sus tributos, a pesar de que los consideran elevados.

## **VI. RECOMENDACIONES:**

1. Los comerciantes del Mercado municipal de Huancabamba, deben buscar orientación tributaria con la finalidad de obtener conocimientos profundos y actualizados sobre temas tributarios, reglamentos vigentes y normativas legales; para así poder cumplir, sin ningún inconveniente, con las obligaciones y deberes tributarios, evitando ser sancionado por cometer infracciones.
2. Se les recomienda a los comerciantes del Mercado municipal de Huancabamba, acceder a todas las fuentes de información que brinda la Administración Tributaria, con el propósito de reforzar y actualizar sus conocimientos tributarios y tener en cuenta las sanciones a las que podrían estar afectos ante el incumplimiento de las obligaciones tributarias.
3. Es factible, que los comerciantes mantengan el mismo interés con respecto al pago de los tributos, para el beneficio de la sociedad en la que están inmersos.
4. Es recomendable, que los comerciantes de dicho mercado sigan cumpliendo de forma voluntaria con cancelar sus tributos, para así evitar cualquier tipo de sanción y/o multas. De la misma manera se recomienda también a los entes recaudadores, tratar con justicia a todos los contribuyente, para que de esta forma no se reúsen al pago de tributos.

## REFERENCIAS

- Alva, M. (05 de Marzo del 2010). La definición de conciencia tributaria y los mecanismos para crearla. [Blog]. Recuperado de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/blogdemarioalva/2010/03/05/la-definici-n-de-conciencia-tributaria-y-los-mecanismos-para-crearla/>
- Arce, L. (2010, 26 de Junio). Nacimiento de la obligación tributaria de pagar el IGV. Recuperado de <http://www.estudioarce.com/articulos/nacimiento-de-la-obligacion-tributaria-de-pagar-el-igv.html>
- Arias, M. & Torres, M. (2015). *Análisis del comportamiento tributario de los contribuyentes del mercado de artículos varios ubicado en la parroquia bolívar de la ciudad de Guayaquil en el periodo 2013 -2014*. (Tesis de titulación). Universidad Politécnica Salesiana - Guayaquil, Ecuador. Recuperada en [https://documentop.com/analisis-del-comportamiento-tributario-de-los-contribuyentes-del-\\_598c0ea31723dd5b692db16d.html](https://documentop.com/analisis-del-comportamiento-tributario-de-los-contribuyentes-del-_598c0ea31723dd5b692db16d.html)
- Armas, M., & Colmenares, M. (2010). Educación para el desarrollo de la cultura tributaria. *REDHECS - Revista electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social*. Recuperado de <file:///C:/Users/PIERT/Downloads/Dialnet-EducacionParaElDesarrolloDeLaCulturaTributaria-2937210.pdf>.
- Artículo n°02. Texto único ordenado – Código tributario. Jurista editores E.I.R.L., Lima, Perú, 22 de Junio del 2013.
- Artículo n°27. Texto único ordenado – Código tributario. Jurista editores E.I.R.L., Lima, Perú, 22 de Junio del 2013.
- Ávila, J. (2013). *Análisis del sistema de control de tributos (ISRL) del comercio a través del internet*. (Tesis de licenciamiento). Universidad de

Carabobo – Bárbula, Venezuela. Recuperada en <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/760/javila.pdf?sequence=1>

- Banfi, D. (2013). La cultura tributaria para el cumplimiento de la obligación tributaria. *Comercium Et Tributum*, (11). Disponible en <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/comercium/article/viewArticle/2866/4042>
- Burga, M (2015). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio Gamarra, 2014*. (Tesis de titulación). Universidad San Martín de Porres – Lima, Perú. Recuperada en [http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1577/1/burga\\_ame.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1577/1/burga_ame.pdf)
- Camacho, A. & Patarrayo, Y. (2017). *Cultura tributaria en Colombia*. (Tesis de titulación) Universidad Minuto de Dios – Bogotá, Colombia. Recuperada en <http://repository.uniminuto.edu:8080/xmlui/bitstream/handle/10656/5404/CULTURA%20TRIBUTARIA%20EN%20COLOMBIA.pdf?sequence=1>
- Chirinos, L. (2014). Educación tributaria. Recuperado de <http://idg.receita.fazenda.gov.br/acesso-rapido/direitos-e-deveres/educacao-fiscal/publicacoes/educacion-fiscal-y-cohesion-social.pdf>
- Código tributario (22 de junio del 2013) Decreto Supremo N°133-2013- ef
- Diario “La Patria”. (11 de Junio del 2013). La conciencia tributaria. Recuperado en <http://lapatriaenlinea.com/?t=la-conciencia-tributaria&nota=146851>



- Eca, J. (2017). *El Comportamiento Tributario de las micro empresas de venta de calzado del mercado modelo de la ciudad de Talara – 2017*. (Tesis de bachiller) Universidad César Vallejo – Piura, Perú.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2010) Metodología de la Investigación. 5ta Edición. México, México D.F: Editorial McGraw Hill.
- Huere, X. & Muña, A. (2016). *Cultura tributaria para la formalización de las Mypes de los mercados de la provincia de Huancayo*. (Tesis de titulación). Universidad Nacional del Centro del Perú. Huancayo – Perú. Recuperado en: [http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/1607/INFORME\\_TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/1607/INFORME_TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ley N°28015. “*Ley de Promoción y Formalización de las micro y pequeñas empresas*” Decreto Supremo N°009-2003”, 03 de julio de 2003.
- Logam, R. (2012), El Sistema Tributario Peruano - Apuntes tributarios, recuperado de: <http://blogs.deperu.com/estudio-derecho/elsistema-tributario-peruano/>
- Luis, P. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto cero*. Recuperado en: [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012)
- Mavares, K. (2010). *Educación tributaria y desarrollo profesional en las escuelas Arquidiocesanas*. Recuperado de: <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/comercium/article/viewArticle/968/2333>
- Merchán, M & Velásquez N. (2015, Octubre 7). *Revistas Científicas In Crescendo - ULADECH Católica*. Recuperado de : <http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo-derecho/article/view/1137/905>

- Minaya, Y. (2015). *Cultura tributaria, un instrumento para la reducción de la evasión del impuesto general a las ventas en Huaraz, 2014*. (Tesis de bachiller). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Chimbote – Perú. Recuperado en: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/761>
- Naresh, M. (2004). *Investigación de Mercados Un Enfoque Aplicado*. Recuperado de : <http://www.cars59.com/wp-content/uploads/2015/09/Investigacion-de-Mercados-Naresh-Malhotra.pdf>
- Pérez, J. & Gardey, A. (2012). *Definición de procedimiento administrativo*. Recuperado de <http://definicion.de/procedimiento-administrativo/>
- Silupú, B. (2011), Retos y estrategias de las Micro y pequeñas empresas. Recuperado de: <http://blogs.peru21.pe/tumismoeres/2013/12/retos-y-estrategias-de-las-mic.html>
- Sunat (2012). Cultura tributaria y aduanera. [Mensaje en un blog]. Recuperado de <http://cultura.sunat.gob.pe/index.php/educacion-fiscal/19-cultura-para-todos/85-porque-cultura-tributaria>
- SUNAT (2017) Nuevo Régimen Único Simplificado. Recuperado de: <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/nuevo-regimenunico-simplificado-nuevo-rus>
- Vázquez, O. (2009), Evasión tributaria. Buenos Aires. Ediciones Depalma. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos96/cultura-tributaria-yevasion-fiscal/cultura-tributaria-y-evasion-fiscal.shtml>
- Yanac, S. (2016). *Incremento de la población empresarial en el cercado de la ciudad de Huancabamba. Análisis de la cultura tributaria*. (Tesina de pregrado). Universidad César Vallejo, Piura, Perú.

## ANEXOS

### ➤ ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

#### Recursos y presupuestos

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Hojas	500	0.025	12.50
Lapiceros	3	0.50	1.50
Lápiz	3	0.80	2.40
Calculadora	1	10.00	10.00
Corrector	2	2.50	5.00
Borrador	3	0.50	1.50
Grapadora	1	8.00	8.00
Folder	2	7.00	14.00
Impresiones	120	0.40	48.00
Copias	200	0.05	10.00
Anillado	3	2.50	7.50
Grabación de CD	3	17.50	52.50
Costo de validación	3	50.00	150.00
Pasajes a Huancabamba	2	25.00	50.00
<b>TOTAL</b>			<b>372.90</b>

### ➤ Financiamiento

El presente trabajo de investigación es autofinanciado.

➤ **Cronograma de ejecución de actividades.**

ACTIVIDADES	SEM. 1	SEM. 2	SEM. 3	SEM. 4	SEM. 5	SEM. 6	SEM. 7	SEM. 8	SEM. 9	SEM. 10	SEM. 11	SEM. 12	SEM. 13	SEM. 14	SEM. 15	SE. 16
1. Reunión de coordinación																
2. Presentación del esquema de Desarrollo de Proyecto de Investigación																
3. Validez y confiabilidad del instrumento																
4. Recolección de datos																
5. Procesamiento y tratamiento estadístico de datos																
6. JORNADA DE INVESTIGACIÓN N° 1. PRESENTACIÓN DE AVANCE																
7. Descripción de resultados																
8. Discusión de los resultados y redacción de la tesis																
9. Conclusiones y recomendaciones																
10. Entrega preliminar de la tesis para su revisión																
11. Presentación de tesis completa con las observaciones levantadas																
12. Revisión y observación de informe de tesis por los jurados																
13. JORNADA DE INVESTIGACIÓN N° 2: Sustentación del informe de tesis																

➤ **Constancia de validación de expertos**



**“EVALUACIÓN DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LAS MICROEMPRESAS UBICADAS EN EL MERCADO MUNICIPAL DE HUANCABAMBA – 2018”**

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
ASPECTOS DE VALIDACION		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																80					
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables														70							
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																80					
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																80					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																80					



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, Mg. C.º Julio César Vilchez Masad  
con documento nacional de identidad N° 44427063, de  
profesión Contador, con Grado de  
Magister en Gestión Pública, ejerciendo actualmente como Decano en Valdivia  
de la institución UCV - Filial Piura,  
hago constar, por medio de la presente, que he revisado con fines de validación el  
instrumento Cuestionario  
para su aplicación en el trabajo de investigación titulado:

**“EVALUACIÓN DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LAS MICROEMPRESAS  
UBICADAS EN EL MERCADO MUNICIPAL DE HUANCABAMBA - 2018”.**

Luego, de haber realizado las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes  
apreciaciones según lista de cotejo:

N°	CRITERIOS	SI	NO
1	El instrumento recoge información que permite dar respuesta al problema de investigación	X	
2	El instrumento propuesto responde a los objetivos del estudio	X	
3	La estructura del instrumento es adecuada	X	
4	Los ítems del instrumento son claros y presentan coherencia	X	
5	Los ítems están correctamente secuenciados.	X	
6	La cantidad de ítems es adecuada para su aplicación	X	

Piura, 07 de Junio del 2018

Julio C. Vilchez  
Firma  
DNI N° 44427063

## “EVALUACIÓN DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LAS MICROEMPRESAS UBICADAS EN EL MERCADO MUNICIPAL DE HUANCABAMBA – 2018”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
ASPECTOS DE VALIDACION		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																77					
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																78					
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																77					
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																80					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																78					





CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, Román Vilchez Inga,  
con documento nacional de identidad N° 02666472, de  
profesión Contador Público, con Grado de  
Dr. en Contabilidad y Finanzas, ejerciendo actualmente como Docente  
de la institución Universidad Nacional de Piura,  
hago constar, por medio de la presente, que he revisado con fines de validación el  
instrumento Cuestionario,  
para su aplicación en el trabajo de investigación titulado:

**“EVALUACIÓN DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LAS MICROEMPRESAS  
UBICADAS EN EL MERCADO MUNICIPAL DE HUANCABAMBA - 2018”.**

Luego, de haber realizado las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes  
apreciaciones según lista de cotejo:

N°	CRITERIOS	SI	NO
1	El instrumento recoge información que permite dar respuesta al problema de investigación	✓	
2	El instrumento propuesto responde a los objetivos del estudio	✓	
3	La estructura del instrumento es adecuada	✓	
4	Los ítems del instrumento son claros y presentan coherencia	✓	
5	Los ítems están correctamente secuenciados.	✓	
6	La cantidad de ítems es adecuada para su aplicación	✓	

Piura, 07 de Junio del 2018

Firma  
DNI N° Dr. Román Vilchez Inga 02666472  
CONTADOR PÚBLICO COLEGIA  
MAT. 410 RUC. 1002666

## “EVALUACIÓN DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LAS MICROEMPRESAS UBICADAS EN EL MERCADO MUNICIPAL DE HUANCABAMBA – 2018”

### FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
ASPECTOS DE VALIDACION		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																80					
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables															71						
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación															71						
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems															71						
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.															66						





**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Quien suscribe, MARLON MARTÍN MOGELLÓN TABOADA,  
con documento nacional de identidad N° 40015301, de  
profesión CONTADOR PÚBLICO, con Grado de  
MAESTRÍA EN INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA, ejerciendo actualmente como DOCENTE  
de la institución UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO FILIAL PIURA;  
hago constar, por medio de la presente, que he revisado con fines de validación el  
instrumento CUESTIONARIO,  
para su aplicación en el trabajo de investigación titulado:

**“EVALUACIÓN DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LAS MICROEMPRESAS  
UBICADAS EN EL MERCADO MUNICIPAL DE HUANCABAMBA - 2018”.**

Luego, de haber realizado las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes  
apreciaciones según lista de cotejo:

N°	CRITERIOS	SI	NO
1	El instrumento recoge información que permite dar respuesta al problema de investigación	X	
2	El instrumento propuesto responde a los objetivos del estudio	X	
3	La estructura del instrumento es adecuada	X	
4	Los ítems del instrumento son claros y presentan coherencia	X	
5	Los ítems están correctamente secuenciados.	X	
6	La cantidad de ítems es adecuada para su aplicación	X	

Piura, 07 de Junio del 2018

  
.....  
Mg. Marlon Martín Mogellón Taboada  
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO

Firma  
DNI N° 40015301

➤ Encuesta



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**INSTRUMENTO PARA EVALUAR LA CULTURA TRIBUTARIA**

Señor (a) comerciante del Mercado Central de Huancabamba, el presente instrumento tiene por finalidad recabar información sobre la forma como se viene dando la Cultura Tributaria en dicho lugar. La información que se brinde será utilizada exclusivamente para el proceso estadístico de la investigación titulada: "EVALUACIÓN DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN EL MERCADO CENTRAL DE HUANCABAMBA EN EL AÑO 2018".

A continuación, usted observará una lista de preguntas las cuales deben ser contestadas marcando con un aspa, y de manera objetiva y/o transparente su respuesta; utilizando la siguiente escala:

Si (1)                      No (2)

**A. Dimensión EDUCACIÓN TRIBUTARIA**

1. ¿Conoce sus obligaciones y derechos tributarios?

a. Si                                      b. No

2. ¿Tiene conocimiento sobre las sanciones que estaría afecto, en caso no llegar a presentar sus declaraciones juradas?

a. Si                                      b. No

3. ¿Conoce que tributos le corresponden pagar?

a. Si                                      b. No

4. ¿Ha recibido charlas de Sunat sobre temas de actitudes tributarias?

a. Si                                      b. No

5. ¿Estaría de acuerdo, con que la SUNAT utilice medios de comunicación para mantenerlo informado sobre asuntos tributarios?

a. Si                                      b. No

**B. Dimensión IMPORTANCIA DE LOS TRIBUTOS**

6. ¿Considera importante la presencia de la Sunat en Huancabamba?

a. Si                                      b. No

7. ¿Considera usted que una continua y adecuada capacitación tributaria, ayudaría a mejorar la cultura tributaria en los contribuyentes de su zona?

a. Si

b. No

8. ¿Considera importante el pago de tributos?

a. Si

b. No

9. ¿Conoce el destino de los tributos recaudados por SUNAT?

a. Si

b. No

**C. Dimensión CONCIENCIA TRIBUTARIA**

10. ¿Cree usted que al pagar los tributos, mejoraría la calidad de vida de los pobladores de Huancabamba?

a. Si

b. No

11. ¿Cree usted, que con los aportes recaudados por SUNAT se han creado o mejorado servicios públicos en su localidad?

a. Si

b. No

12. ¿Es común para usted que los contribuyentes no cumplan con el pago de impuestos?

a. Si

b. No

13. ¿Conoce el cronograma de vencimientos establecidos por SUNAT para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias?

a. Si

b. No

14. ¿Cree que el cambio de las leyes tributarias, perjudica la recaudación tributaria en las microempresas?

a. Si

b. No

15. ¿Cumple usted con sus deberes y obligaciones tributarias de manera voluntaria?

a. Si

b. No

16. ¿Considera usted, que las normas tributarias, deberían ser menos complejas?

a. Si

b. No

17. ¿Considera elevados los tributos que son recaudados por SUNAT?

a. Si

b. No

➤ **Confiabilidad**

➔ **Fiabilidad**

[Conjunto\_de\_datos1] C:\Users\PIERT\Documents\PIERT TORRES SPSS5.sav

**Escala: ALL VARIABLES**

**Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,737	17

➤ **Matriz de Instrumento**



VARIABLE	DIMENSIÓN	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	INDICADORES	ITEMS	ESCALA VALORATIVA	INSTRUMENTO	MUESTRA
<b>Cultura Tributaria</b>	<b>Educación tributaria</b>	Mavares, K. (2010), señala que la educación tributaria es la transmisión de valores orientados al cumplimiento de las obligaciones tributarias, con la finalidad de contribuir con los gastos públicos. Su objetivo principal es transmitir actitudes y valores a favor de la responsabilidad fiscal, y erradicar la conducta defraudadora (evasión tributaria).	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Cumplimiento de obligaciones tributarias.</b></li> <li>✓ <b>Actitudes y comportamientos tributarios.</b></li> <li>✓ <b>Evasión tributaria.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Conoce sus obligaciones y derechos tributarios?</li> <li>• ¿Tiene conocimiento sobre las sanciones que estaría afecto, en caso no llegará a presentar sus declaraciones juradas?</li> <li>• ¿Conoce que tributos le corresponden pagar?</li> <li>• ¿Ha recibido charlas de Sunat sobre temas de actitudes tributarias?</li> <li>• ¿Estaría de acuerdo, con que la SUNAT utilice medios de comunicación para mantenerlo informado sobre asuntos tributarios?</li> </ul>	a) Si b) No	Encuesta	Contribuyentes del mercado Municipal de Huancabamba
	<b>Importancia de los tributos</b>	Según Eca, J. (2017), es de suma importancia tributar, porque el dinero que ha sido recaudado por concepto de impuestos, serán aquellos fondos que utilizará el estado para ejecutar diversas obras y actividades que resultan en beneficio de todos los contribuyentes; no obstante a ello, existe contribuyentes que no cumplen sus obligaciones tributarias, una de las razones es porque no cuentan con los conocimientos tributarios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Recaudación.</b></li> <li>✓ <b>Conocimientos tributarios.</b></li> <li>✓ <b>Fondos.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Considera importante la presencia de la Sunat en Huancabamba?</li> <li>• ¿Considera usted que una continua y adecuada capacitación tributaria, ayudaría a mejorar la cultura tributaria en los contribuyentes de su zona?</li> <li>• ¿Considera importante el pago de tributos?</li> <li>• ¿Conoce el destino de los tributos recaudados por SUNAT?</li> </ul>	a) Si b) No		
	<b>Conciencia tributaria</b>	Para Alva, M. (2010), la conciencia tributaria es la interiorización en los individuos sobre los deberes tributarios que han sido fijados por leyes, con la finalidad de cumplirlos voluntariamente, teniendo en cuenta que su cumplimiento conducirá un beneficio común para toda la sociedad donde están inmersos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Deberes tributarios.</b></li> <li>✓ <b>Leyes o normativa tributaria.</b></li> <li>✓ <b>Cumplimiento voluntario.</b></li> <li>✓ <b>Beneficio común.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cree usted que al pagar los tributos, mejoraría la calidad de vida de los pobladores de Huancabamba?</li> <li>• ¿Cree usted, que con los aportes recaudados por SUNAT se han creado o mejorado servicios públicos en su localidad?</li> <li>• ¿Es común para usted que los contribuyentes no cumplan con el pago de impuestos?</li> <li>• ¿Conoce el cronograma de vencimientos establecidos por SUNAT para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias?</li> <li>• ¿Cree que el cambio de las leyes tributarias, perjudica la recaudación tributaria en las microempresas?</li> <li>• ¿Cumple usted con sus deberes y obligaciones tributarias de manera voluntaria?</li> <li>• ¿Considera usted, que las normas tributarias, deberían ser menos complejas?</li> <li>• ¿Considera elevados los tributos que son recaudados por SUNAT?</li> </ul>	a) Si b) No		

## ACTAS

### ➤ TURNITIN

feedback studio Piert Alonso TORRES BOBADILLA | Evaluación de la Cultura Tributaria en los comerciantes -- 0/0 ?

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**  
"Evaluación de la Cultura Tributaria en los comerciantes del Mercado municipal de Huancabamba – Piura, 2018"  
**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO**  
**AUTOR:**  
TORRES BOBADILLA, Piert Alonso (ORCID-0000-0001-8584-9350)  
**ASESOR:**  
Mg. ZUAZO OLAYA, Norka Tatiana (ORCID-0000-0002-2416-5809)





**Resumen de coincidencias** ✕  
**27 %**  
Se están viendo fuentes estándar  
[Ver fuentes en inglés \(Beta\)](#)  
**Coincidencias**  

1	Entregado a Universida...	16 %	>
Trabajo del estudiante			
2	repositorio.ucv.edu.pe	6 %	>
Fuente de Internet			
3	Entregado a Universida...	1 %	>
Trabajo del estudiante			
4	Entregado a Universida...	1 %	>
Trabajo del estudiante			
5	Entregado a Universida...	1 %	>
Trabajo del estudiante			
6	Entregado a Pontificia ...	<1 %	>

➤ Acta de aprobación de originalidad de tesis

	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo,

Mg. Norka Tatiana Zuazo Olaya, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad César Vallejo de Piura, revisora de la tesis titulada "Evaluación de la Cultura Tributaria en los comerciantes del mercado municipal de Huancabamba – Piura, 2018", del estudiante Piert Alonso Torres Bobadilla, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 27% verificable en el reporte de originalidad de programa Turnitin.


La suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Piura, 26 de Agosto del 2019.

  
FIRMA  
Norka Tatiana Zuazo Olaya  
DNI N° 42979451

						
Bobaro	Dirección de Investigación	Revisó				Vicerrectorado de Investigación

➤ **Formulario de Autorización para la publicación electrónica de las tesis**

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)**  
**"César Acuña Peralta"**


## FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS


**1. DATOS PERSONALES**  
Apellidos y Nombres: TORRES BOBADILLA, PIERT ALONSO  
D.N.I. : 72494500  
Domicilio : AA.HH María Goretty Mz "D" Lte 03.  
Teléfono : Fijo : 205603 Móvil : 920770517.  
E-mail : Pier\_15@outlook.com

**2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS**  
Modalidad:  
☒ Tesis de Pregrado  
Facultad : Ciencias Empresariales.  
Escuela : Contabilidad.  
Carrera : Contabilidad.  
Título : Contador Público.  
  
☐ Tesis de Post Grado  
☐ Maestría ☐ Doctorado  
Grado : .....  
Mención : .....

**3. DATOS DE LA TESIS**  
Autor (es) Apellidos y Nombres:  
  
TORRES BOBADILLA, PIERT ALONSO.  
  
Título de la tesis:  
"Evaluación de la Cultura Tributaria en los comerciantes del Mercado Municipal de Huancabamba - Piura, 2018"  
  
Año de publicación : 2019

**4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:**  
A través del presente documento,  
Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis. ☒  
No autorizo a publicar en texto completo mi tesis. ☐

Firma :  Fecha : 20/04/19.



➤ **Autorización de la versión final del trabajo de investigación**



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE  
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

**TORRES BOBADILLA PIERT ALONSO.**

INFORME TITULADO:

**"Evaluación de la Cultura Tributaria en los comerciantes del Mercado  
municipal de Huancabamba – Piura, 2018"**

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

**CONTADOR PÚBLICO**

SUSTENTADO EN FECHA: 16/04/2019.

NOTA O MENCIÓN: Diecisiete (17)

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACION

